



► 18 febbraio 2017

Pelli e prêt-à-porter Apre TheOneMilano, nuova fiera della moda

Fieramilanocity. Prima edizione dal 24 al 27 febbraio

Presenti 286 brand, sinergia tra Mifur e Mipap

«Certi che unire le forze moltiplicherà le opportunità»

MILANO

SERENA BRIVIO

Nasce un nuovo salone della moda. Si tratta di **TheOneMilano** che si terrà a Fieramilanocity dal 24 al 27 febbraio, in concomitanza con le sfilate donna per l'autunno-inverno 2017-18.

Fra i 286 brand partecipanti (244 aziende di cui 141 italiane e 103 straniere) anche tre marchi comaschi. Sono: Clamar, Cavalieri e Di Carlo.

Buyer da tutto il mondo

C'è grande attesa per l'interesse degli operatori. Si aspettano buyers provenienti da Russia, Azerbaigian, Ucraina, Corea del Sud, Cina, Giappone, USA, Canada, Libano, Spagna, Austria, Belgio, Croazia e Inghilterra.

L'appuntamento nasce dalla sinergia fra **Mifur**, il Salone internazionale della pellicceria e della pelle, e **Mipap**, il Salone internazionale del prêt-à-porter, e si rivolge a boutiques, department stores, concept stores e negozi specializzati internazionali, proponendo loro collezioni capaci di creare vero fatturato di vendita e provenienti da aziende del manifatturiero italiano e internazionale presenti sul mercato in maniera strutturata e consolidata.

«Con questo nuovo salone dimostriamo, come richiesto dal mondo politico ed economico, di saper fare sistema», dichiara Norberto Albertalli, presidente di **TheOneMilano**. Crediamo profondamente che unire le forze moltiplichi le opportunità e che l'individualismo sia antistorico e divisivo: sia **Mifur** che **Mipap** avrebbero potuto, teori-

camente, sviluppare il cambiamento da soli ma noi abbiamo scelto di mettere insieme le competenze per creare un evento che non c'era».

Tutti uniti in un quadro congiunturale complesso per il settore. Secondo la ricerca di mercato realizzata da PricewaterhouseCoopers Advisory Italia, l'export italiano cala, a livello wholesale, a 246 milioni di euro, contro i 260 milioni di euro del 2015 (-5,3%).

«A questo risultato purtroppo negativo ha contribuito la difficile situazione dei mercati internazionali, in particolare di quello russo e dei paesi dell'area Csi, dove svalutazione del rublo e sanzioni economiche hanno determinato una flessione del 42% dell'export italiano di prodotti di pellicceria negli ultimi due anni», afferma Roberto Scarpella, presidente di Associazione Italiana Pellicceria.

Scorte e vendite

La domanda fluttua ampiamente, rendendo difficile per le imprese definire un rapporto stabile tra scorte di magazzino e vendite; il ricorso alla politica degli sconti pare imperativo, riducendo i margini di guadagno; le ristrutturazioni aziendali sembrano essere la sola risposta al contenimento della crisi.

«C'è bisogno di una seria ridefinizione delle politiche industriali del nostro Paese. Plauso al Governo che dichiara di mettere il manifatturiero italiano al centro della sua agenda di interventi», sottolinea Albertalli - è asso-

lutamente necessario, visto i dati dei diversi settori che stanno uscendo in questo momento di fiere».

I visitatori della rassegna troveranno cinque percorsi espositivi, ognuno ispirato a un mood differente. La prima giornata di fiera si chiuderà con una sfilata collettiva che vedrà la pellicceria debuttare da protagonista sul palcoscenico milanese.

Non solo fiera e non solo eventi: accanto al lavoro negli stand le aree dedicate ai New Talents delle scuole e la mostra fotografica aperta al pubblico **Fashion: Life&Miths**.



La presentazione del nuovo salone: da sinistra Roberto Rettani, presidente di Fiera Milano, Norberto Albertalli, presidente di **TheOneMilano** e il sottosegretario alle Attività produttive Ivan Scalfarotto